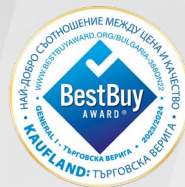




18  
ГОДИНИ

**KAUFLAND БЪЛГАРИЯ**

**5-звезден  
професионализъм**



# Съдържание

Въведение	3
Колко много са 18 години?!	4
Kaufland България в числа*	10
Добавената стойност на Kaufland за българската икономика	11
Бизнес модел	12
Стратегически теми	13
Асортимент	14
Витрини с обслужване	15
Български плодове и зеленчуци	16
Инвестиция в качество	18
Нашите магазини	19
One Stop Shopping	20
Модерна логистика	22
Иновации, насочени към клиента	24
Екип	26
Социален ангажимент	28

# Въведение

В началото на 2024 г. класация на сп. Forbes България\* постави Kaufland България на челната позиция в категория „Най-голям частен работодател в страната“, с което даде един дългоочакван и много значим старт на годината, в която навършваме 18 години на българския пазар.

Лидерската позиция на компанията ни днес е резултат от ясната ни бизнес стратегия и последователните и целенасочени всекидневни усилия на целия ни екип. Тя е свързана с мащаба на работата, която сме свършили за последните 18 години, но най-важното – тя е отражение на доверието на нашите клиенти към нас.

Именно заради нашите над милион и половина клиенти седмично ние сме длъжни да бъдем винаги открити и максимално диалогични. Заради тях непрекъснато разширяваме асортимента си, не спираме да инвестираме в качеството на нашите продукти и услуги (над 1 млн. лв. годишно), изпълняваме и надграждаме социалния си ангажимент и не на последно място – вече традиционно представяме публично числата на нашия бизнес.

**Именно на числата, които сме постигнали през последните 18 години, е посветен този специален и различен отчет.**

Освен всичко казано по-горе, с този отчет бихме искали и да благодарим. Както на всеки един колега от екипа ни в цялата страна, на всеки един наш клиент през годините, така и на десетките ни партньори, които имаме по всяка една от ключовите за нас теми. Мрежата ни от партньорства, които поддържа, за да реализираме бизнеса си и неговата добавена стойност, е солидната основа, върху която ежедневно надграждаме. Тя ни прави още по-силни и още по-убедителни в представянето ни всеки ден.

**С благодарност,  
От Kaufland**

---

\* Най-големите частни работодатели в България (forbesbulgaria.com)

**Колко много са 18 години?!**



Обръщение от

**Иван Чернев**

Изпълнителен директор  
на Kaufland България

**Смело приемаме всяка турбулентност като възможност и не спираме да се адаптираме, поставяйки в центъра на работата ни нашия клиент. Неговите желания, интереси и очаквания.**



Колко много са 18 години?! Малко за едни, много за други. Като всяко нещо и това число е абсолютно относително, когато е извадено от контекст. За рождения ден на Kaufland България контекстът е ясен. Последните 18 години, от откриването на първия ни филиал в Пловдив през 2006 г. до днес, са години на възможности и успехи, но и на трудности, социално-икономически, политически и дори здравни турбуленции.

**Освен всички свои особености, бизнесът с бързооборотни стоки е своеобразно огледало на случващото се в обществото. Той ясно и точно отразява от какво се вълнуват хората, за какво мечтаят, от какво се страхуват, как живеят. Може би няма по-точен ориентир от това. През годините, с разрастването на магазинната ни мрежа, ние открихме магазини на места, на които Kaufland е основно място за пазар, за срещи, за социални контакти, за добра работа.**

А това прави нашата роля там много важна и специална. Прави ни фактор, който е натоварен с множество отговорности и ние ясно и точно съзнаваме това. Именно това е мотивът да не спираме да се развиваме. Смело приемаме всяка несигурност като възможност и не спираме да се адаптираме, поставяйки в центъра на работата ни нашия клиент. Неговите желания, интереси и очаквания.



**Kaufland**

UniCredit Bulbank  
Lazarev  
food and catering  
inmedio  
Аптека  
Ceiba  
КОСМЕТИКА И КРАСНОТ



За нас е чест да сме на българска земя

За нас е чест да сме на българска земя

01

**Kaufland  
България**





Със своите **575 000 служители в 32 различни държави** Schwarz Group е сред водещите групи за търговия на дребно в света. Базирани в Некарсулм, Баден-Вюртемберг, Германия, стълбовете в търговията на дребно с хранителни стоки са Lidl и Kaufland. Освен това Schwarz Produktion развива дейност в областта на производството на храни, а PreZero - в областта на екологичните услуги. Това прави Schwarz Group една от малкото групи за търговия на дребно, която покрива целия цикъл на стойността - от

производството и търговията на дребно до изхвърлянето и рециклирането. Schwarz Digits като подразделение за информационни технологии и цифрови технологии предлага убедителни продукти и услуги, които са съобразени със строгите стандарти за защита на данните в Германия.





**Kaufland България е част от водещата европейска група в сектора на търговията на дребно Schwarz. Групата има над 575 000 служители и развива бизнеса си в 32 държави.**

**Днес Kaufland има близо 1500 хипермаркета и над 155 000 служители в 8 европейски държави – Германия, Полша, Чехия, Румъния, Словакия, България, Хърватия и Молдова.**

**Kaufland стъпва на пазара в България през 2006 г.** От тогава развива своя бизнес, налагайки се като лидер в сектора на модерната търговия с годишен оборот от над 2 млрд. лв. С екип от над 7400 служители компанията ежедневно работи за удовлетвореността на своите клиенти, като им предлага огромно разнообразие от качествени и свежи продукти на изгодни цени в удобна и модерна среда, която предоставя голям брой стоки и услуги на едно място и на един паркинг.



# Kaufland България в числа\*



**65**  
хипемаркета

**35**  
града

**15**  
магазина  
в София

**87%**  
стока от  
български доставчици

Над  
**1,8**  
млрд. лв.  
инвестиции в  
дълготрайни активи

Над  
**1**  
млрд. лв.  
изплатени заплати

**352**  
млн. лв.  
изплатени осигуровки

**1.636**  
млрд. лв.

изплатени данъци  
**309**  
млн. лв.

изкупена земеделска  
продукция от 2019 г. насам

\* Данните са за календарна 2023 г. вкл.

## Добавената стойност на Kaufland за българската икономика

- **Kaufland България създава добавена стойност за над 1,63 млрд. лв. в българската икономика**, което представлява **1,3% от брутната добавена стойност на страната за 2022 г.**
- **Едно работно място в Kaufland България поддържа над 5 други в българската икономика.** Икономическата дейност на Kaufland България в страната допринася за създаването и поддържането на 41 321 работни места, включително за своите служители (7400) и за тези, които работят при концесионерите (1459). За сравнение, поддържаните работни места от Kaufland през 2019 г. са около 31 000 или с близо 25% по-малко.
- Kaufland е търговски център, даващ възможност за развитие на редица други бизнеси под покрива на магазините на компанията. В населените места извън големите градове Kaufland често представлява единственото място, където разнообразни бизнеси имат възможността да функционират. Тези бизнеси създават добавена стойност от 23,5 млн. лв. за българската икономика. Толкова пари биха били достатъчни за изграждането на 7 нови сгради на детски градини в столицата.
- **Положителната стойност, която Kaufland създава за икономиката и обществото на България, е близо 4 пъти по-висока от стойността на отрицателните екологични въздействия от дейността на компанията.** Големият дял на положителните въздействия се дължи на собствената дейност на компанията и тази на нейните основни доставчици, докато негативните въздействия са основно резултат от дейности в секторите на земеделието, транспорта и енергетиката. Тези области обикновено имат висок екологичен отпечатък, върху който компанията няма директен оперативен контрол. Въпреки това компанията се стреми да намали негативните последици, като въвежда политики, изисквания и стандарти за своите доставчици и партньори.
- **Kaufland пряко създава с близо 25% повече стойност за обществото, отколкото за самата компания** (нетна печалба спрямо заплати за служители и заплатени данъци и такси към държавата).
- **Всеки 100 лева, похарчени в Kaufland, създават допълнителна стойност за българската икономика и общество в размер на 71,7 лева.** От всеки 100 лв., изразходвани в магазините на Kaufland, компанията внася обратно в българската икономика 59 лв. чрез закупуването на продукти от местни български фирми. Общите разходи за продукти и услуги водят до още 71,7 лв. допълнителни въздействия в България. Тези въздействия включват добавената стойност, създадена от доставчиците на Kaufland, както и допълнителната стойност, генерирана в цялата верига на доставките след тях. Тази верига обхваща хиляди фирми от всички сектори на българската икономика.
- **Преките емисии на Kaufland България са спаднали с 45% спрямо 2019 година.** Този спад е в резултат на закупуването на „зелена“ енергия за 100% от използваното електричество от Kaufland.

## Бизнес модел

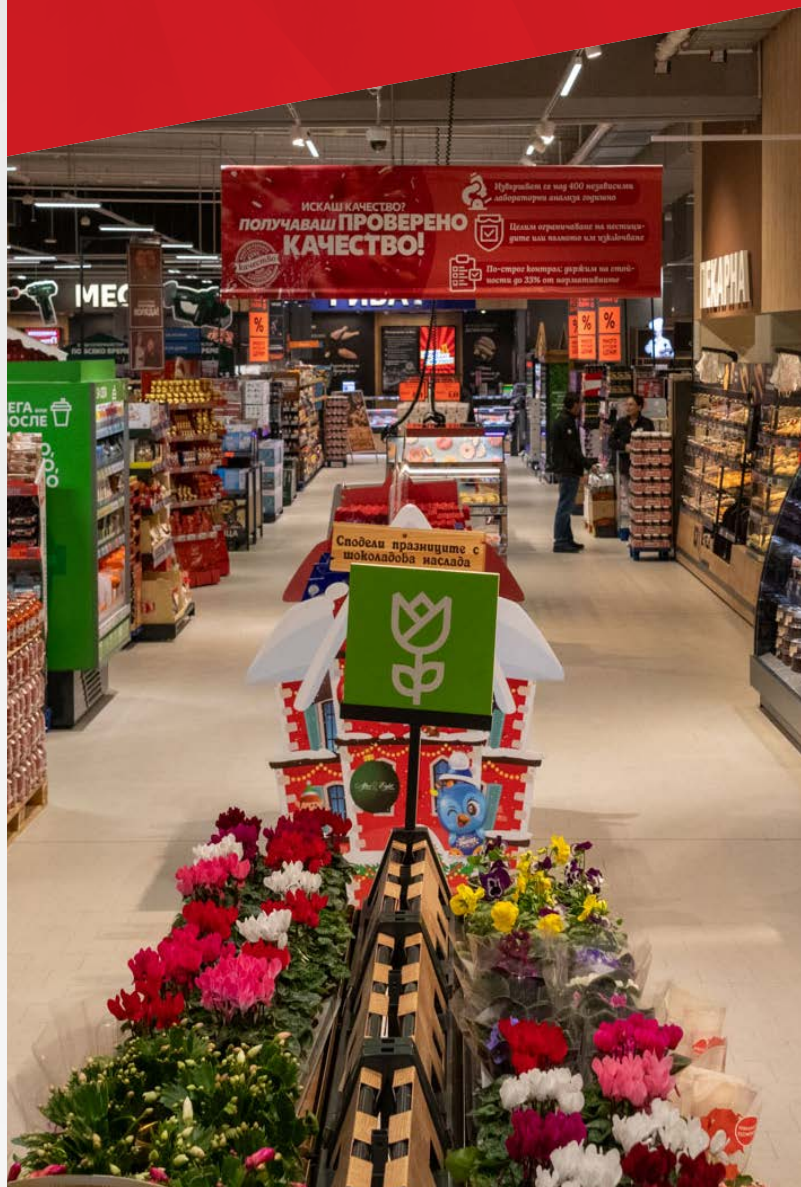
Kaufland е лидер по оборот на българския пазар, благодарение на уникалния си бизнес модел, който се базира на качество, свежест, отлични цени, разнообразие, перфектно обслужване и силен фокус към българските производители, стоки и суровини. В палитрата от услуги, която предлага, има собствени марки и атрактивни цени, което е характерно за ритейлъра, както и силни качествени брандове, богат избор и обслужване. Бизнес моделът на компанията е хибриден – всеки един филиал не е просто магазин, а място за One stop shopping. В по-малките градове Kaufland играе ролята на малък търговски център. В хипермаркетите има от аптеки до каси за плащане на битови сметки през специализирани магазини за домашни любимци, дрогерия, магазини за обувки и разнообразни места за хранене.

Определящ фактор за компанията е екипът, от който зависи успехът им пазара. Служителите в Kaufland горят в работата си и всеки ден допринасят за това да стават все по-добри във всяко отношение – в обслужването, в асортимента, в услугите, които предлагаме, включително и в следкасова зона.

Kaufland продължава да инвестира интензивно в модернизирани на съществуващите и откриване на нови хипермаркети. През 2023 г. компанията продължи експанзията си в София и откри два нови хипермаркета в столицата с обща инвестиция 90 млн. лева, с което инвестициите на компанията в София надхвърлят 450 млн. лв. В двата нови обекта са внедрени най-модерните и екосъобразни технологии, като филиалът в столичния квартал "Манастирски ливади" е обявен и за "най-технологичния" ни магазин. Малко след откриването си той стана най-харесваният от публиката ритейл обект в престижния конкурс "Сграда на годината".

През цялата изминала година продължи и процесът по модернизация на съществуващи магазини в цялата страна. **Модернизирани бяха 9 филиала, в които компанията инвестира над 25 милиона лева и продължи да надгражда One Stop Shopping концепцията, с която превърна пазаруването в изживяване за цялото семейство.**

Kaufland продължава да расте в най-широкия смисъл на тази дума - от брой обекти и служители, през инвестиции в качество и асортимент до доволни клиенти и принос към българската икономика. Компанията непрекъснато надгражда фокуса върху българското, природата и обществото, на които отдава значение още от самото начало на работата си в България. Същевременно не спира да инвестира в развитието на екипа си чрез мащабни обучителни програми и изграждане на пулове от специалисти.



## Стратегически теми

**Kaufland е пример за това каква трябва да е ролята на големия бизнес в обществото. Компанията периодично разработва доклади за устойчивост, показва лидерско отношение по темата и задава стандарт.**

### Климатично въздействие и намаляване на потреблението на пластмаса

Сред стратегическите теми на Kaufland са ограничаване на негативното въздействие върху климата и намаляването на потреблението на пластмаса. Като международна търговска верига и част от групата Schwarz, Kaufland следва стратегията за намаляване на пластмасата REset Plastic. За постигане на заложените в REset Plastic цели ритейлърът прилага последователни и всеобхватни мерки. Прямо тях Kaufland ще използва 30% по-малко пластмаса в опаковките на своите собствени марки продукти до 2025 г. и 35% по-малко до 2027 г. Kaufland България е и първата верига хипермаркети, която откри пилотен проект за обратно събиране на опаковки от PET и алуминиеви кенове през пролетта на 2023 г. От откриването на инсталациите досега клиентите на ритейлъра са върнали над 6,5 млн. опаковки за рециклиране, което възлиза на обща стойност от над 131 тона последващо преработена суровина.

### Родно производство

Сред приоритетите на компанията е и изкупуването на родната земеделска продукция. Нетната стойност на подкрепата на Kaufland към българските земеделци за 2022 г. надвишава 32 млн лева. Ритейлърът постоянно развива партньорствата си с български производители и разширява продуктовата си гама, увеличава броя на договорите за предварително изкупуване на български плодове и зеленчуци, разширява дела на български плодове и зеленчуци в магазинната мрежа и увеличава броя на продукти от родната собствена марка „Брей!“.

### Обществен ангажимент и грижа за децата

Kaufland България формулира ясно социалния си ангажимент и изпълнява целеви проекти и програми. По отношение на подкрепата си за местните общности ритейлърът ясно фокусира приоритетите си върху подобряване средата на живот на децата, реализирайки разнообразни програми, насочени към отделните възрастови групи. Спектърът на подкрепата е широк - от дарителски програми, през образователни и социални кампании, насочени към деца и младежи в партньорство с различни университети и организации като WWF, Българската педиатрична асоциация, Държавен куклен театър – Варна и други, до увеличаване на устойчивия асортимент в магазинната мрежа.

**Kaufland подкрепя българските учени на Антарктида в намирането на устойчиви решения за борба с климатичните промени. През 2023 г. изпълнителният директор на Kaufland Иван Чернев и проф. Христо Пимпирев подписаха меморандум за сътрудничество, с който компанията поема ангажимент дългосрочно да подкрепя българските полярни експедиции.**

*Не се поколебах да стана партньор на Kaufland България в каузата им да популяризират българския вкус и качество. Освен че са лидери в сектора си, те не пропускат да добавят стойност – да реализират много и различни образователни, културни и спортни проекти. Кампанията им за възраждане на родния вкус е много значима, а аз съм човек, който независимо къде е живял и играл, дълбоко вярвам в силата на българското.*

**Христо Стоичков**



## Асортимент

Асортиментът на Kaufland надхвърля 21 000 артикула, сред които над 15 000 от хранителния и над 5000 от нехранителния сегмент, а 87% от продуктите са от български доставчици.



Kaufland непрекъснато развива продуктовата гама на собствената си българска марка "Брей!", която стартира с 60 продукта през 2020 год., а сега продуктите с гарантиран произход и качество са над 135. През 2023 г. компанията разшири още богатата продуктова гама на собствените си български марки "Брей!" и "Шеф месар". Серията „Брей!“ съдържа в традиционните за българската трапеза категории от кисели млека, сирена и кашкавали през типичните месни деликатеси до тестени изделия, боб, леща, лютеница, както и родни свежи плодове и зеленчуци.



Към постоянния асортимент на Kaufland има над 3500 артикула от собствените над 20 марки на Kaufland, между които K-Classic, Kuniboo, Kidland, Parkside, Talentus, Bevola и премиум марката K-Favorites.

В началото на 2024 год. Kaufland увеличи устойчивия си асортимент като пушна на пазара и пълна гама от 24 броя органични бебешки храни под собствената си марка K-Bio. С тях ритейлърът предоставя възможност на родителите за гарантирано качествена, разнообразна и едновременно с това достъпна храна за техните бебета. С тях общият брой на био асортимента във веригата достига 548 артикула. Последните години Kaufland България разширява целево устойчивия си асортимент, включвайки **все повече био, веган и вегетариански продукти, като общият брой на артикули от трите категории надхвърля 970 продукта.**



През 2023 г. компанията увеличи броя на уникалните си Договори за предварително изкупуване на български плодове и зеленчуци. С това успя да реализира с **30% повече родни стоки в своите магазини, което прави над 6000 продукта българско производство.**

През последната година Kaufland България предприема различни действия за **подкрепа на български startup компании** като предлага позициониране и на техни продукти в своите магазини.

# 15 000

хранителни стоки

# 5000

нехранителни стоки

# 135

артикула от собствена  
марка Брей!

# 87%

стока от  
български доставчици

## Витрини с обслужване

Отличителната за Kaufland витрина с обслужване предлага богат избор от повече от 400 артикула, сред които прясно месо, риба, млечни продукти, месни и млечни специалитети и деликатеси.

Kaufland България инвестира в поетапната модернизация на своите витрини с обслужване, като съоръженията се подменят с най-висок клас хладилни витрини, което задава още по-завишени критерии за хигиена, безопасност на храните, температура на съхранение и визуализация на продуктите. Всички нови и обновени магазини на **търговската верига разполагат с "витрините на бъдещето", които са нискоемисионни, изградени са според най-модерните екологични стандарти, разполагат с LED осветление и ползват хладилен агент, който е в пъти по-щадящ към околната среда в сравнение с конвенционалните.**

Като лидер на пазара, през чийто магазини седмично преминават над 1 млн. клиенти, Kaufland осъзнава своята отговорност за това да гарантира качеството на храната, която предлага. През 2022 год. ритейлърът стана първата компания в света, която сертифицира магазинната си витрина с TÜV-сертификат. Това стана в хипермаркета на веригата в квартал "Банишора", София. Сертификатът е за витрината с дължина 28.80м., в която се съхраняват над 400 свежи храни, непакетирани месо и колбаси, сирена, маслини, млечни продукти, салати, риба и морски дарове.

Сертификатът за качество се издава от независимата организация TÜV AUSTRIA, в удостоверение на това, че експлоатацията на съоръжението отговаря на най-високите международни стандарти - безопасност на храните, качество на процесите, контрол на рисковете.

Мляното свинско месо Шеф Месар, както и Брей! кайма смес, които Kaufland предлага на витрините си с обслужване, вече притежават сертификата на TÜV AUSTRIA "Безопасност на рафта", отговаряйки на 150 критерия за качество.

Той удостоверява, че съществува ефективен механизъм за наблюдение, подходящ набор от действия и адекватни ресурси, както и инфраструктура за всеки хипермаркет Kaufland, за да поддържа гарантираното от производителя ниво на безопасност на сертифицираните пресни хранителни продукти в насипно състояние на витрините с обслужване. Ежедневно на витрина с обслужване се предлагат пресни месни специалитети от говеждо, свинско, агнешко и птиче месо от избрани производители.

# 65

брой витрини  
с обслужване

# 400+

брой артикули на  
витрините с обслужване

# 450 000

брой клиенти седмично  
на витрините с обслужване

## Български плодове и зеленчуци

Сътрудничеството с доставчици на продукти, произведени в България, е важна част от политиката на Kaufland. До края на 2024 г. веригата планира да изкупи български плодове и зеленчуци на стойност над 85 млн. лева. С тях общата стойност на изкупената родна продукция от 2019 г. насам ще достигне 394 млн. лева. Плановете на компанията включват допълнително разширяване на дела на предлаганата българска продукция с 30 %, както и въвеждане на редица мерки за повишаване на партньорствата в сектора.



*“Сертифицирахме цялата си продукция по стандарта за качество Global G.A.P., благодарениенаKaufland. Това ни помага да се развиваме и най-вече да повишаваме качеството на продуктите, които предлагаме.”*

**Злати Горчев,**  
„Горчев агро“



*“Партньорството с Kaufland е много важно за нас! Договорът с тях ни дават сигурност за реализацията на нашите плодове, защото така ние сме спокойни да разширяваме площите си. Заедно с тях планираме засаждането, сортовете, периода на плододаване и спрямо нашите възможности успяваме да задоволим българския потребител.”*

**Деница Иванова,**  
“Ди Бери груп“



*“Работата с Kaufland България ни мотивира да бъдем дисциплинирани и отговорни към българския потребител. Веригата изисква качество и това ни дава тласък да се стремим към все по-добро производство и краен продукт, отговарящ на нуждите на крайния клиент.”*

**Пламен Иванов,**  
„Чери дриймс“





## Договори за изкупуване на българска продукция

За да повиши целево дела на българските плодове и зеленчуци в магазинната си мрежа, през 2019 г. Kaufland стартира програма за Договорно изкупуване на земеделска продукция. Само за 2023 г. продадените в магазинната мрежа плодове и зеленчуци по тази програма са над 25 000 000 бр./кг на стойност от 39 млн. лева. Този вид търговски отношения с българските производители предоставят сигурност и гарантират реализация и видимост на родната продукция във всеки един хипермаркет на Kaufland в страната, разширявайки пазарните възможности на производителите и предоставяйки им достъп до над 1,5 млн. клиенти седмично. Договорите осигуряват дългосрочно изкупуване на продукцията, помагат на производителите да планират приходите си и да оптимизират разходите за логистика, осигурявайки транспорт на продукцията. През 2023 г. веригата е сключила договори с 28 земеделски производители от цялата страна за предоставяне на над 73 вида плодове и зеленчуци.

## Български плодове и зеленчуци под марката „Брей!“

Към края на 2022 г. към асортимента на собствената марка „Брей!“ Kaufland България добави пресни плодове и зеленчуци. За момента общият брой на артикулите (плодове и зеленчуци) е над 15, като като към момента броят им надхвърля 20. Сред портфолиото на марката са розови домати, краставици, айсберг, малини, ягоди, боровинки и други сезонни артикули. Всеки един от плодовете и зеленчуците под марката „Брей!“ е с гарантиран български произход и сертификати за качество, включително и международния сертификат GLOBAL G.A.P. В допълнение производителите покриват изискванията на социално отговорния сертификат GRASP, а 100% от артикулите се тестват в независими лаборатории. Сортовете се подбират след множество селекции, като само най-вкусните и най-познатите на клиента са обект на производство под марката „Брей!“, а на етикета им е указан и районът на производство. Продукцията „Брей!“ е резултат от програма на Kaufland за Договорно изкупуване на българска продукция, като от старта ѝ през 2019 г. до момента броят на производителите, както и броят артикули, които те доставят, са се увеличили с 50%.

ПРЕДЛАГАМЕ НАД **15** БЪЛГАРСКИ  
ПЛОДОВЕ И ЗЕЛЕНЧУЦИ С МАРКА БРЕЙ!



## Инвестиция в качество

Като лидер на пазара Kaufland носи отговорността за това да гарантира качеството на храната, която се предлага в хипермаркетите си.

Ангажиментът на Kaufland за обезпечаване качеството на предлаганите стоки и услуги е част от философията на компанията, като основна цел е всеки клиент да може да прави разумен и информиран избор.

Kaufland непрекъснато увеличава гаранциите си за качеството на предлагания асортимент, включително и чрез сертификация на ключови продукти и процеси. През последните две години Kaufland България защити успешно няколко ключови сертификата за качество, сред които гаранция за качество и спазване на процесите на каймата и мляното месо от собствените марки на ритейлъра – „Брей!“ и „Шеф Месар“ от TÜV AUSTRIA. Пет от пакетирания месни продукти от собствената българска марка на ритейлъра – „Брей!“ също преминаха успешно детайлен одит и получиха сертификат за качество TÜV NORD, а през 2022 г. витрината с обслужване в хипермаркета в столичния квартал „Банишора“ заслужи също отличие за спазването на процеси и се превърна в първата в света TÜV сертифицирана магазинна витрина. Компанията сертифицира и част от ключовите дейности, извършвани в Логистичния център на веригата, които обезпечават избора и съхранението на храни от основни стокови групи.

**За 2023 г. Kaufland е инвестирал над 1 000 000 лева в контрол на качеството, като 640 000 лв. от тях са за лабораторни анализи и външни експертизи. Компанията е извършила над 12 000 проверки по цялата верига за година, като те включват лабораторни анализи в независими лаборатории, външни експертизи и тестове, редица вътрешни проверки от отделите, ангажирани да обезпечат стриктните процеси, които компанията има, за да гарантира високото качество на предлаганите продукти.**

**1 млн. лв**

инвестиции в качество на година

**12 000**

брой проверки на година

**700 000 + лв.**

лабораторни анализи -  
инвестиции за 2023 г.

**1977**

проверки на качеството  
през м. февруари 2024 г.



**За първи път толкова голяма търговска верига отваря вратите си за българския потребител и показва процеси отвътре, до които аз в годините като журналист никога не съм имала достъп. Възприемам шанса да покажа на зрителите огромния труд, който се крие зад това ние да отидем и да подберем своите продукти от рафтовете в магазина.**

**Биляна Гавазова,**  
журналист

## Нашите магазини

### Устойчиво строителство

Устойчиви мисли, строителство и действия? Основата за това е концепцията на Kaufland за зелено строителство, която се характеризира с устойчиво строителство и технологии. Използването на регионални строителни материали осигурява кратки транспортни маршрути. И благодарение на фотоволтаичните системи и зеленото електричество, захранването във все повече филиали става CO2 неутрално. Инвестициите в енергийна ефективност намаляват преките емисии с 45% спрямо 2019 г. През последната година Kaufland България ЕООД енд КО КД е инвестирала над 100 млн. лв. в зелено строителство на нови магазини - модернизация и озеленяване на съществуващи. Всички магазини на веригата вече работят на 100% LED осветление, със 100% „зелена“ енергия и 100% доставки на природен газ.

Близо

# 90

## МЛН.ЛВ.

За откриване  
магазини 2023 г. 2 бр.



Инвестиции в  
модернизации  
за 2023 г.

Над

# 25

## МЛН.ЛВ.

### Електромобилност

Част от „зелените“ практики и от дългосрочната програма на компанията за енергийна ефективност е оборудването на филиалите с бързозарядни електрически станции. Чрез тях Kaufland цели да щади околната среда, както и да улесни своите клиенти, като предостави на собствениците на енергийно ефективни автомобили комфорта да зареждат автомобила си, докато пазаруват. Последните такива се намират в новооткритите магазини на компанията в София - в „Манастирски ливади“ и в „Люлин“-3. Така общият брой на бързо зарядните електрическите зарядни станции на Kaufland България, разположени на паркингите на хипермаркетите в цялата страна, е вече 19 - 17 за автомобили и 2 за велосипеди.



## One Stop Shopping

От пазар до цялостно  
клиентско изживяване

Kaufland България първи в сектора въведе уникалната за страната концепция One Stop Shopping в отговор на съвременните нужди на клиентите от разширяване на социалната значимост на хипермаркета като място за общуване. Стратегията на компанията цели превръщането на хипермаркетите на веригата в мултифункционални търговски центрове, където клиентите могат да намерят широк микс от допълнителни продукти и услуги под един покрив и на един паркинг, както и в места за преживяване за цялото семейство.

Паралелно с преките въздействия върху оперативните бизнес резултати и поведението на клиентите, концепцията подкрепя разрастването на малки и локални бизнеси, като им предоставя условия и достъп до нови пазари и потребителски сегменти.



*„Много сме доволни от нашето партньорство с Kaufland и възможността да бъдем част от стратегията за развитие на такава мащабна компания. В хипермаркета в кв. „Трошево“, гр. Варна има и невероятен детски кът, който веригата направи при модернизирването на зоната за наематели през 2022 г., разположена на повече от 1200 м<sup>2</sup>. За нея беше направена огромна инвестиция и тя се превърна в любимо място за посещение от деца*

*и техните родители. Отделно Kaufland организират и културни мероприятия в същата зона - например куклени театри, анимации или участие на артисти. Това също увеличава броя на нашите потенциални клиенти, защото докато децата играят и родителите могат да си почиват в зоната за хранене.“*

**Теодор Кулев,**  
собственик на „Парчето“, Kaufland Варна Трошево

# 609\*

търговски обекта

# 156

активни  
партньори

# 24

нови  
партньорства  
за 2023 г.

# 48

бранша

# 40

## млн. лв.

инвестиции (модернизации)  
за последните две години

\* Данните са за календарна 2023 г. вкл.

„Избрахме да си партнираме с Kaufland, защото имат изключително добре изградена структура и ясна концепция за управление на магазините си. Щастлив съм, че имаме възможността да развиваме бизнеса си и да се разрастваме на различни пазари. За новия ни обект създадохме и специални менюта, които да отговарят на вкусовите предпочитания на потребителите ни и предвиждаме да работим в тази посока и напред.“

**Илиян Илиев,**  
собственик на „Рибко“, Kaufland Манастирски ливади



„Доказано е, че партньорството между лидерите на пазара в близки сектори работи позитивно и за двете страни. Удобството на клиентите да пазаруват от едно място за цялото домакинство, както за хората, така и за техните домашни любимци, е прекрасна синергия. Да работиш с най-големия в сектора за бързооборотни стоки, който е и с толкова голям международен опит, е безценно. Kaufland са невероятни професионалисти - точни, коректни, спазващи международни стандарти.“

**Никола Нинов,**  
собственик на Pet mall, с три обекта в Kaufland



През 2023 г. Kaufland стартира съвместна инициатива с Държавен куклен театър – Варна и през дългите зимни месеци предоставя възможност на децата на Варна да се потопят в магията на кукления театър. Малчуганите и техните родители всяка неделя могат да се насладят на серия от безплатни постановки за деца.

На територията на хипермаркетите и паркингите на Kaufland потребителите могат да намерят повече от 600 търговски обекта от над 48 бранша – от аптеки и каси за плащане на битови сметки до специализирани магазини за домашни любимци, дрогерии, магазини за обувки и разнообразни места за хранене.

Паркингите на редица хипермаркети се превръщат в сцена за кино на открито. През последните две години се проведе над 200 прожекции в над 10 града в цялата страна.

## Модерна логистика

Логистичният център на Kaufland е най-големият у нас и един от примерите за перфекционизъм на Балканите.

Състои се от две мегаструктури:

- 112 000 кв.м. застроената площ, а тази на терена – 360 000 кв. м.
- 110 000 са палетоместата на складовия комплекс
- 1,3 милиона са общо палетата, които всяка година се комисионират в него и се транспортират до всичките 63 хипермаркета в цялата страна.
- 580 са служителите, които работят за обезпечаване на всички процеси в него
- 300 камиона дневно пристигат в базите
- 210 рампи за прием на стока
- От -23° до + 23° температурни режими за поддържане на перфектното качество на стоките

### Иновации за зелено бъдеще, което започва от с. Стряма

Концепцията за устойчиво развитие е част от дейността, морала и културата на Kaufland България. Поemanето на отговорност към околната среда е наша мисия, като същевременно формиране устойчиво и асортимента си.

### Зелена логистика

95% от всички тирове са със CNG газ, което гарантира минимални CO2 емисии.



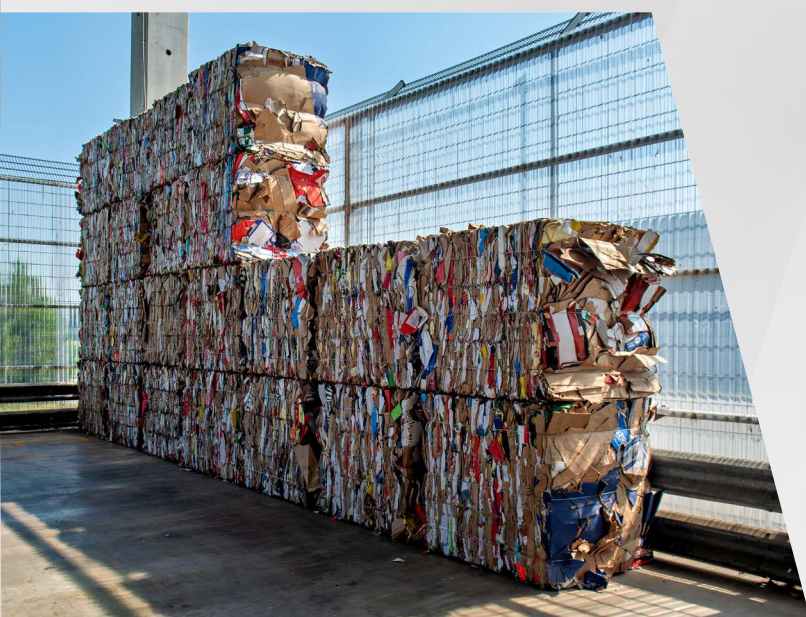
### Сгъваеми палети

Kaufland инвестира 4,8 млн. лв. в нови стандарти в логистиката. От юли 2020 г. въведохме новоразработени метални сгъваеми палети. Иновативна платформа е за товарене с височина от 1,2 метра и със съществени ергономични предимства в сравнение с европалетите. Над 10 тона хартия и близо 800 опаковъчно фолио са спестени за 2022 г. в България. При товарене на камионите се използва цялата им височина, а не частична, и това намалява броя на транспортните маршрути и допринася за ограничаване на въглеродните емисии.



## EPS каси

- 100% рециклируеми пластмасови каси за многократна употреба за доставка на плодове и зеленчуци
- 86% по-малко обем при обратно транспортиране
- 95% по-малко отпадъци в сравнение с опаковките за еднократна употреба
- Над 25 милиона килограма български плодове и зеленчуци в EPS каси през 2023 г.
- Над 3 330 100 ротации и 1 143 спестени обратни транспортни курса



## Площадка за отпадъци за рециклируеми материали

Фолио, хартия, торбички, опаковки – всички остатъчни материали от нашите филиали се балират и предават на рециклаторски фирми.

## Качество

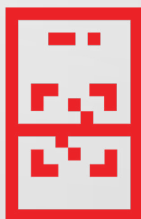
При прием на стоките, на място в Централния склад се извършва и ключова част от качествения контрол на продуктите, предназначени за магазинната мрежа на най-големия ритейлър у нас. Специалисти по качеството ежедневно одитират постъпващите артикули и съблюдават за това те да отговарят на критериите за цвят, структура, размер и вкус.

- TÜV AUSTRIA гарантира безопасността на храните, качество на процесите и контрол на рисковете при приема на свежи месо и риба от средата на 2022 г.
- Контролираме качеството със собствени норми за пестициди, които са още по-завишени, в сравнение с европейското законодателство.
- Обучени експерти „Свежест“ осъществяват непрекъснат преглед на качеството на плодовете и зеленчуците.



## Иновации, насочени към клиента

Дигиталната трансформация и необятните възможности на високите технологии и изкуствения интелект са основополагащ фактор за промените в сектора на модерната търговия. Технологичните иновации от най-ново поколение в хипермаркетите на Kaufland са в услуга и с грижа за клиента.



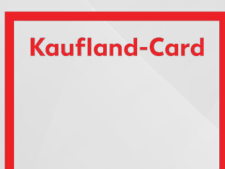
### Революционна система за сканиране на продуктите с телефон K-SCAN

През есента на 2023 г. лидерът в ритейла първи в България предложи на своите клиенти възможност за самостоятелно сканиране на продуктите в реално време – докато пазаруват в магазина. Системата K-Scan улеснява пазаруването и намалява времето за пазар с 30%. По този начин клиентите не само печелят време – до 15 минути от пазаруването, но и имат постоянен контрол върху сметката по време на самото пазаруване.



### CRM персонализирани оферти

Прорамата за лоялни клиенти на Kaufland България е сред високотехнологичните решения, част от стратегията за дигитална трансформация на компанията. Kaufland постоянно актуализира и добавя нови и полезни функционалности към мобилното приложение K-App, за да е още по- полезна за своите клиенти. Програмата предлага персонализирани предложения и специални оферти на клиентите. Те могат лесно и бързо да планират своите покупки, да се възползват от специални оферти и да намерят точната информация за продуктите, които търсят. Потребителите вече могат да намерят видовете обекти в най-близкия до тях хипермаркет, тяхното работно време, възможни начини за плащане, контакти и дори имат възможност да оценят даден търговец.



### Kaufland Card с грижа за околната среда

Kaufland Card предоставя възможност на клиентите да събират точки, да отключват купони за намаление и да пестят пари. В допълнение на хилядите персонализирани оферти и игри, благодарение на Kaufland Card програмата, през 2023 г. потребителите станаха съпричастни към CSR инициативите на лидера в ритейла, а компанията закупи и дари 20 000 дъбови фиданки на Столична община в подкрепа на инициативата „Новата гора на София“.



### Екологично земеделие от ново поколение

Kaufland България беше първият ритейлър, който предложи на своите клиенти избор от отгледани на място подправки. Микрооранжерииите ни са иновативно съоръжение, което позволява на потребителите да проследят растежа на подправките в изцяло контролирана 100% екологична среда. Достигналите зрялост подправки са готови както за директна консумация, така и за последващо разсаждане в саксия.





### Смарт ауто-диспо система за планиране

За да пренесе някои от логистичните процеси на още по-високо ниво, компанията внедри иновативна смарт ауто-диспо дигитална система, изчисляваща необходимите всекидневни наличности от стоки и промоционални предложения. Тя генерира заявки на база потребителското търсене, минимизира възможностите за грешки и намалява хранителните отпадъци. Благодарение на нея, през последната година се реализират над 80 000 промоционални предложения в магазинната мрежа, а обемът на хранителни отпадъци се намалява с до 22 000 000 кг./бр. годишно.



### Автомати за обратно събиране на PET опаковки и кенове

През пролетта на 2023 Kaufland България стана първата верига хипермаркети, която въведе автомати за обратно събиране на опаковки от PET бутилки и кенове. Интересът към Станциите за рециклиране е огромен и се увеличава всяка седмица. Само за първите 9 месеца от работата на Станциите, в тях са събрани над 6 млн. опаковки, които се равняват на над 140 тона отпадъци, а общата изплатена депозитна сума на клиентите е на стойност 302 928 лв.

## Каси на самообслужване

**33**

*магазина с каси на самообслужване*

**над 1 млн. лв.**

*инвестиции само за 2024 г.*

**161**

*каси на самообслужване*

**300 часа**

*спестено време на клиентите седмично*

**30%**

*предпочитание на клиентите*

**500 000+**

*седмичен брой клиенти на седмица,  
плащащи на SCO касите K-SCAN филиали*

## Екип

**Kaufland е безспорен пазарен лидер и най-големият частен работодател в България със своите почти 7500 служители.** Най-значимият ресурс на компанията е нейният екип, който е в основата на успешната бизнес стратегия, развивана от веригата вече 18 години. Ето защо стратегията на компанията за развитие започва с всеобхватната грижа за всеки член на екипа в личен и професионален план, преминава през подсигурияването и опосредстването на кариерното му развитие, за да достигне до ключови аспекти като гарантиране на цялостна удовлетвореност от работата, поддържане и подкрепа на физическото и психическото здраве и още.

**Фокусът на работодателската политика на Kaufland е поставен върху грижата за благосъстоянието на всеки член на екипа в сигурна и стабилна работна среда.** Приоритет на компанията, който тя следва неотлъчно и чрез последователни усилия, е да стимулира максимално развитието и удовлетвореността на своите служители с целенасочени действия с фокус върху тяхното здраве, мотивация, удовлетвореност, подкрепа, възможности за развитие, разбиране, оценка и т.н.

**Kaufland предлага широк пакет от 18 социални придобивки.** Като част от екипа на компанията, всеки служител получава допълнително здравно осигуряване, спортна карта на преференциална цена, месечни ваучери за храна в размер на 200 лв., гъвкаво работно време със заплащане до минута. Сред последно добавените придобивки са изплащането на 600 лв. за раждане или осиновяване на дете. Освен т.нар. „Бонус бебе“, от години компанията предоставя и „Бебе пакет“ с най-необходимите за едно новородено принадлежности. В началото на 2023 г. ритейлърът добави и още 1 допълнителен ден платен

# 7400+

служители

годишен отпуск към вече полагащия се на екипа. Така, към момента, служителите на Kaufland вече имат право на 22 дни платен годишен отпуск, а за тези с 5 или повече години трудов стаж е осигурен още 1. Не на последно място, всеки служител с навършени 5 години в компанията, може да се възползва от 3 месеца творчески отпуск. Ритейлърът се грижи за мотивацията и спокойствието на екипа си и посредством персонализирани жестове и подаръци по специални случаи като Коледа, Великден, 8 март, 1 юни, 15 септември и други. Екипът на ритейлъра има необикновената възможност да взима участие в редица инициативи, събития, благотворителни инициативи и акции, празненства, спортни празници, и други.

**Шест поредни години компанията е сертифицирана като Top Employer от международния независим институт Top Employers Institute. От началото на 2022 г. до момента утвърждаването на работодателската марка на Kaufland България е засвидетелствано и от повече от 55 отличия в най-оспорваните категории на значими конкурси като Employer Branding Awards на b2b Media, Career Show Awards, My Love Marks, Business Lady, Employer of choice и други. За втори пореден път през 2023 г. компанията заслужи и престижното първо място като „Най-добър работодател“ според класацията на Career Show Index 2023, както и Любим международен работодател от единствената в България изцяло потребителска класация My Love Marks.**



**1**

Над

**млрд. лв.**

изплатени заплати от 2006 г.

**352**

**млн. лв.**

изплатени осигуровки

**150+**

вида обучения

**650 000+ лв.**

инвестиции в обучения през 2023 г.

**139**

**млн. лв.**

изплатени заплати за 2023 г.

**6 години**

top employer



## Социален ангажимент

Част от дейността, принципите и културата на Kaufland е и концепцията ни за устойчиво развитие. На международно ниво компанията има цялостен подход за устойчивото развитие, който се реализира под мотото „Действията носят промяната“. Той показва поведението на Kaufland и стремежът към промяна чрез реални действия и добър пример за служители, партньори и клиенти. Фокус в нашата стратегия за корпоративна отговорност и устойчивост е вярването, че всяка малка стъпка и конкретно действие имат смисъл за постигането на значима промяна към по-добър живот и по-чиста планета.

Компанията формулира ясно социалния си ангажимент и изпълнява проекти и програми, насочени в три основни насоки – околна среда, образование и общество. През 2023 г. е реализирала проекти в изпълнение на мерки по 2 ключови стратегии – Стратегия за климата и ReSet стратегия за намаляване на пластмасата.

**Кауфланд България разширява и задълбочава работата си с местните общности и фокусира приоритетите си върху темите за децата.** През 2023 г. са реализирани над 10 проекта, насочени към най-малките и бяха изградени детски площадки на стойност 250 000 лв. По отношение на подкрепата си за местните общности, в последните 2 години ритейлърът ясно фокусира приоритетите си върху подобряване средата на живот на децата, реализирайки разнообразни програми, насочени към деца в отделните възрастови групи. Спектърът на подкрепата е широк – от дарителски програми, през образователни и социални кампании, до увеличаване на устойчивия асортимент в магазинната мрежа, насочен към децата и техните родители.



### Стратегия за климата

По Стратегията за климата компанията увеличава енергийната ефективност и намалява въглеродния отпечатък – от полето до рафта. През последната година Кауфланд България ЕООД енд КО КД е инвестирала над 100 млн. лв. в -зелено строителство на нови магазини - модернизация и озеленяване на съществуващи. Всички магазини на веригата вече работят на 100% LED осветление, със 100% „зелена“ енергия и 100% доставки на природен газ. Партнираме си с редица организации, чиито усилия са насочени в борбата с климатичните промени. Сред значимите е партньорството с WWF, с които за трета поредна година реализираме образователната програма PandaLabs, насочена към младежи между 15 и 25 години. Целта ѝ е да ги обучи да станат застъпници на устойчивото развитие на страната ни за опазване на дивата природа и за справяне с климатичните промени. За втора поредна година компанията подкрепя и българската научна експедиция до Антарктида в контекста на своята политика за устойчиво развитие и като част от усилията си да допринесе за опазване на околната среда и климата. Всяко от изследванията на българските полярни изследователи за последиците от климатичните промени ще донесе знания, които да послужат за овладяване на негативното въздействие върху климата.



## Стратегия за пластмасата

За Kaufland е важно да даде пример и да потърси начини за намаляване или дори елиминиране на пластмасата в опаковките на продуктите от собствените си марки. С ангажираността си компанията допринесе за REset - международната стратегия на групата Schwarz за пластмасата. Компанията отчита 36% спад в употребата на пластмаса и 65% рециклируемост на пластмасовите опаковки от собствени марки и стана първата верига хипермаркети, която откри пилотна система за обратно събиране на опаковки от PET бутилки и кенове. В замяна на всяка върната бутилка или кен клиентите на веригата получават ековаучер на стойност 0.05 лв. Само за 9 месеца в машините ѝ са събрани близо 7 млн. опаковки. Общата изплатена депозитна сума към клиентите ни надвишава 300 000 лв, предадената за рециклиране суровина за периода надхвърля а 131 тона.

**Партньорството ми с Kaufland не е просто проект или работен ангажимент, а мисия, в която вярвам! Заедно стартираме обща кампания с кауза, която ще даде възможност на много талантиливи млади хора да продължат образованието си!**

**DARA**



**Kaufland България**

София 1233, ул. „Скопие“ №1А  
Email: [pr@kaufland.bg](mailto:pr@kaufland.bg)

[www.kaufland.bg](http://www.kaufland.bg)

